

связано оно непосредственно с возрастающей ролью в прессе аналитических и художественно-публицистических жанров.

Примечание. В научной литературе встречаются понятия «фотомонтаж» и «фотоколлаж». Словари толкуют фотомонтаж как «соединение в одно изображение ряда фотографий (или их частей), объединенных общей темой» [3, с. 823]. Фотоколлаж подразумевает создание композиции в произведениях изобразительного искусства.

Литература

1. Богданов, Н. Г. Справочник журналиста / Н.Г. Богданов, Б.А. Вяземский. – Л., 1971 г. – 687 с.
2. Фотография. Всемирная история / Под ред. Д. Хэкинг. – М. ООО «Магма», 2014. – 576 с.
3. Шимолин, В.И. Образная публицистика / В.И. Шимолин. – Минск : БГУ, 2013. – 207 с.

Юрий Шпаковский, Максим Данилюк

Белорусский государственный технологический университет

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ КОНВЕРГЕНТНОГО ИЗДАНИЯ

Целью настоящего исследования является разработка модели конвергентного издания – описание основных подходов к организации сайта печатного газетного издания (в рамках конвергентной редакции).

В ходе работы были успешно решены следующие задачи: проанализированы основные исследования в области интернет-СМИ; проведен сравнительный анализ сайтов зарубежных конвергентных и отечественных периодических изданий; описаны основные подходы к организации сайта печатного издания.

Актуальность исследования заключается в том, что сегодня наиболее распространенной медиастратегией для большинства белорусских СМИ является концепция print-first, для которой характерны: сайт со слабым мультимедийным наполнением, низкой интерактивностью, непостоянным новостным потоком и малым количеством контента, произведенным специально для веб-ресурса, а также слабая интеграция в социальные медиа.

В то же время на современном этапе аудиторией наиболее востребован мультимедийный контент, создаваемый специально для сайта и не дублирующий содержание печатного издания. Кроме того, многие аналитики сходятся во мнении, что на данный момент наиболее опти-

мально комбинированная модель (convergent-first), ориентированная на многоканальность в производстве и распространении контента.

Исследования в области интернет-СМИ имеют разрозненный характер и варьируются от сугубо теоретических (например, интернет-журналистика и история развития интернет-СМИ) до практически-ориентированных (веб-дизайн, особенности производства контента, исследования в области технологий). Большинство зарубежных исследований в области интернет-СМИ проводились в первое десятилетие существования нового медиа, в то время как современные исследования направлены в большей степени на экономическую сторону вопроса.

Современные русскоязычные работы в той или иной степени ориентируются на зарубежные исследования первой половины 2000-х гг., за исключением работ, связанных с бизнес-моделями интернет-СМИ. В довольно большом количестве технических работ рассматриваются вопросы и рекомендации по технологическому оснащению современных веб-ресурсов (использование технологий AJAX, переход на использование гипертекстового языка HTML5, применение встроенных математико-графических интерфейсов для создания инфографики и многое другое). Также можно отметить, что наиболее актуальными темами для исследований являются работы в сфере кросс-медийного партнерства и конвергенции СМИ, монетизации СМИ и современного технологического обеспечения ресурсов интернет-СМИ.

Анализ зарубежных и отечественных интернет-сайтов печатных изданий показал, что по ряду параметров отечественные ресурсы в значительной мере уступают зарубежным сайтам. Прежде всего, это обусловлено недостатком технического и технологического обеспечения, дублированием печатных материалов на сайте (размещение печатных материалов на сайте без каких-либо изменений). Кроме того, существуют определенные различия в источниках трафика: в отличие от зарубежных изданий, где большая часть трафика распределяется относительно равномерно, у отечественных изданий наблюдается более ярко выраженное превалирование одних источников трафика над другими. Необходимо также отметить, что для отечественных ресурсов характерен низкий уровень монетизации и самоокупаемости, так как сайты все еще во многом ориентированы на одностороннюю рекламную модель, присущую традиционным печатным изданиям, а не современным информационным ресурсам.

Одним из первых, кто на постсоветском пространстве внедрил конвергентную стратегию работы, был издательский дом «Комсомольская правда», мультимедийная история которого началась в 1998 г. с момента

запуска сайта kp.ru. Конвергентная модель позволяет при минимальных затратах существенно увеличить объем редакционного контента, открыть новые каналы его распространения, расширить аудиторию издания. В настоящее время издательский дом «Комсомольская правда» является самой интегрированной российской мультимедийной компанией.

Журналистские материалы «переупаковываются» под разные платформы с учетом специфики носителей. Для мобильных телефонов готовится упрощенная верстка в стиле «срочно в номер», а на сайте kp.ru и в версиях для приложений под iPad, iPhone и Android все материалы дополняются фотогалереями и видеороликами. Ежедневно на сайт издания выставляется более 60 текстовых материалов, 60 % которых готовятся исключительно для интернет-аудитории. В будние дни производится еще в среднем 40 видеоматериалов и 10 фотогалерей.

Несмотря на то, что практически все журналисты «Комсомольской правды» могут сами публиковать свои материалы на сайте, каждый материал «проходит» через выпускающих редакторов. Они дополняют материалы мультимедиа, гиперссылками на другие материалы, инициируют опросы и т. д. Это то, что можно назвать мультимедийным продюсированием.

Примером конвергентной редакции в ведущих зарубежных СМИ может служить популярная британская газета «The Guardian», которая в декабре 2008 г. перешла на интегрированную систему работы. Центральным пунктом в редакции «The Guardian» стал NewsDesk, который объединяет печатные и онлайн-публикации.

Успех сайта «The Guardian» (guardian.co.uk), прежде всего, складывается из публикации большого количества новостей на актуальные темы дня, что является основным источником текущего трафика. По этому показателю сайт обычно в 2–3 раза опережает своих конкурентов. Дополнительную посещаемость сайту и рост количества просмотренных страниц обеспечивают блоги с оригинальными мнениями корреспондентов. Как способ монетизации контента на сайте guardian.co.uk широко используются различные сервисы. Популярность бумажного издания, заметим, напрямую никак не влияет на его клон в интернете, а успех ресурса определяется эффективной работой интернет-редакции.

Для Беларуси опыт работы ведущих зарубежных редакций, безусловно, интересен и полезен, но применим он может быть не в полной мере. В разных государствах существенно отличаются средний уровень дохода населения, степень проникновения интернета, развитость сег-

мента інтернет-СМІ, його законодавське регулювання, расходи на інтернет-рекламу, кадровое забезпечення, менталітет нації і многие другие фактори, впливаючі на способи і предпочтения потребления информации.

Несмотря на это, внедрение модели конвергентной редакции раскрывает новые возможности для многократного увеличения читательского интереса к изданию, для продвижения его контента и роста прибыльности путем использования мультимедийных технологий и интерактивности, предоставляемых глобальной сетью.

Таким образом, в условиях современного рынка следует отказываться от неэффективной и нерентабельной стратегии print-first и переходить к модели convergent-first, в рамках которой издатель дает потребителю возможность совмещать старые и новые привычки в медиапотреблении и позволяет получать информацию из различных источников.